

手游出海投放 及热门区域 买量观察

知己知彼方能“制胜”全球

ZingFront数据研究院

© 2021 ZingFront Inc, SocialPeta/广大大, Feb. 2021 All rights reserved.



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

写在前面的话



“为什么要出海？”

**中国在移动游戏研发&运营
上已处于全球领先地位
海外移动游戏市场的可发掘
潜力已超越国内**

海外移动化市场发展更大

根据Newzoo《2020全球游戏市场报告显示》，由于一系列新冠防疫措施的实施，所有游戏领域的玩家参与度和收入都有所增加，但移动游戏的增幅最大（年同比增长13.3%）。如前所述，移动游戏将再次成为目前为止份额（772亿美元）最大的市场。

加速国内产业成长速度

美国等众多头部的海外游戏市场拥有着许多经验丰富的从业者及高标准的用户群体。而随着国产移动游戏出海发展，国内游戏厂商厂商有机会通过竞争及合作的方式提升自身研发和发行能力，让中国游戏企业不断学习进步。

产品差异化布局

游戏出海可以有效规避国内越来越严重的市场竞争，还能够帮助企业手中的一些优质游戏产品完成二次宣发，因而在近年中成为了一些移动游戏厂商的重点布局方向。

国内游戏监管趋紧

在2018年，中国游戏市场被长达9个月的游戏版号审批冻结所扰乱，游戏收入增长跌至四年来的最低水平，这促使许多游戏公司、工作室重新燃起出海野心，想尽一切办法来抵消政策的影响，以弥补2018年的收入损失。

CONTENT

- 01 ➤ 中国游戏出海概况
- 02 ➤ 全球买量市场分析
- 03 ➤ 热门出海地区分析
- 04 ➤ 热门出海广告主

/01

中国游戏出海概况

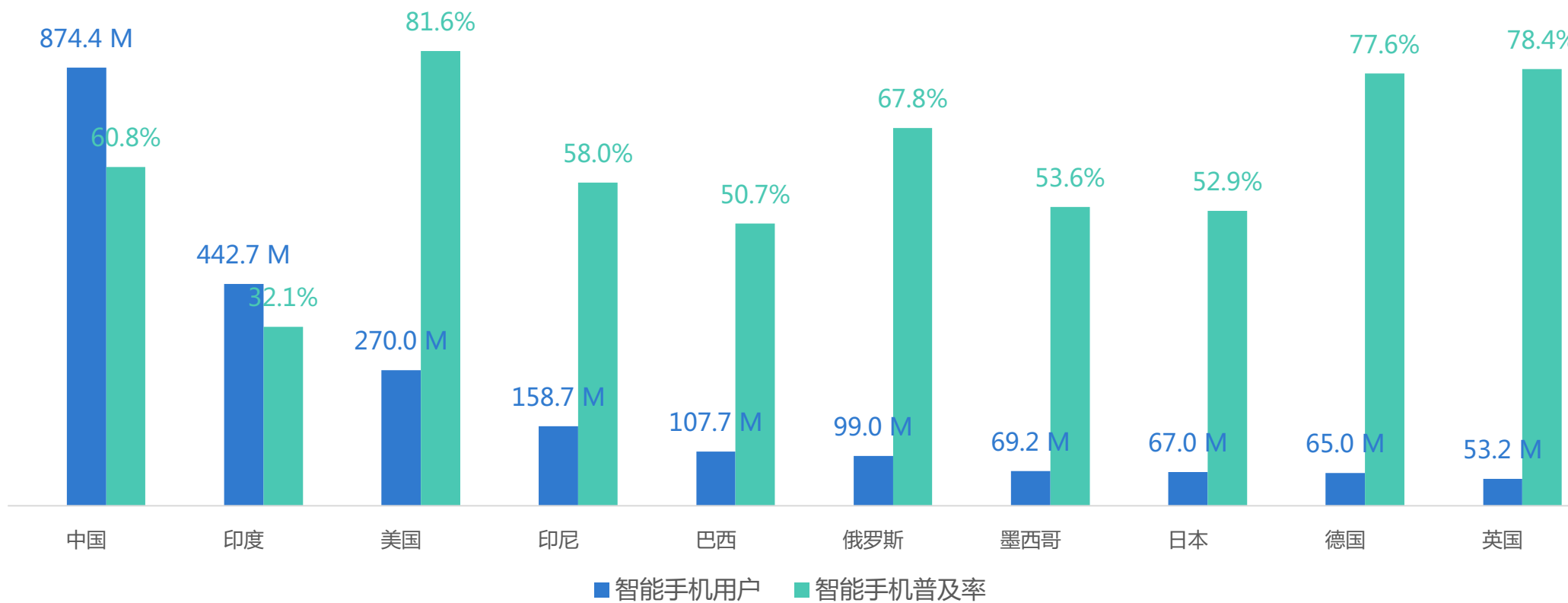
海外市场更广阔，出海已是国内游戏公司必修课



全球移动市场概况

中国是目前最大移动市场，欧美等发达国家移动设备普及率更高

2020年智能手机用户TOP10



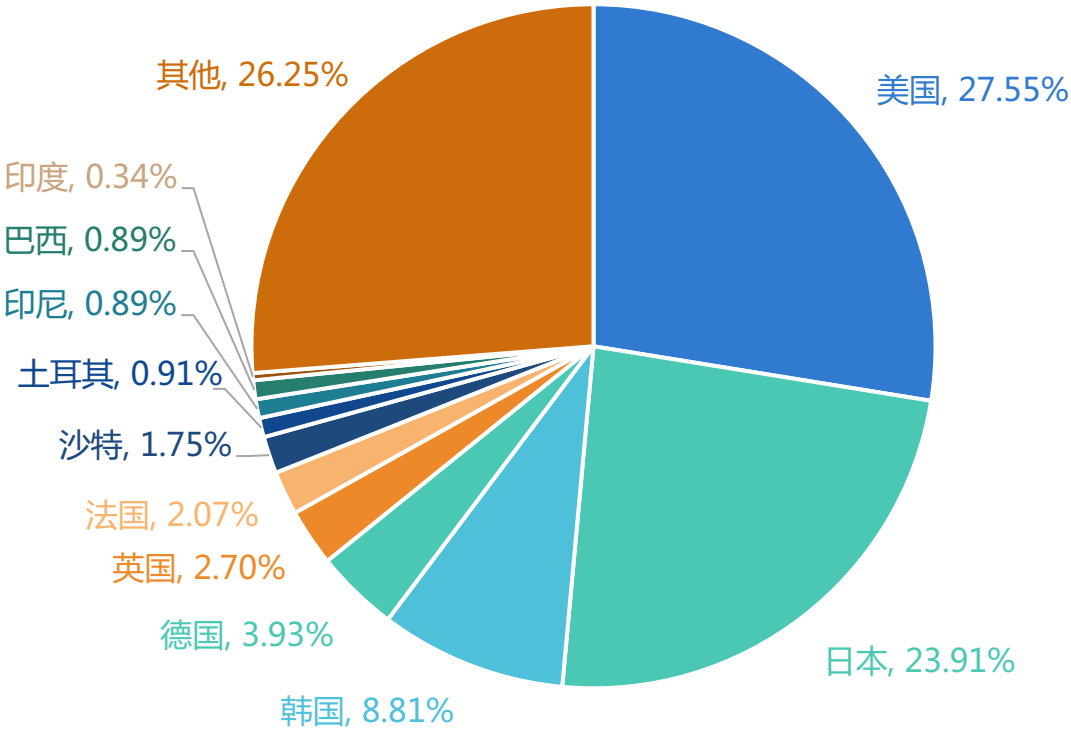
市场分析——中国自研手游出海概况



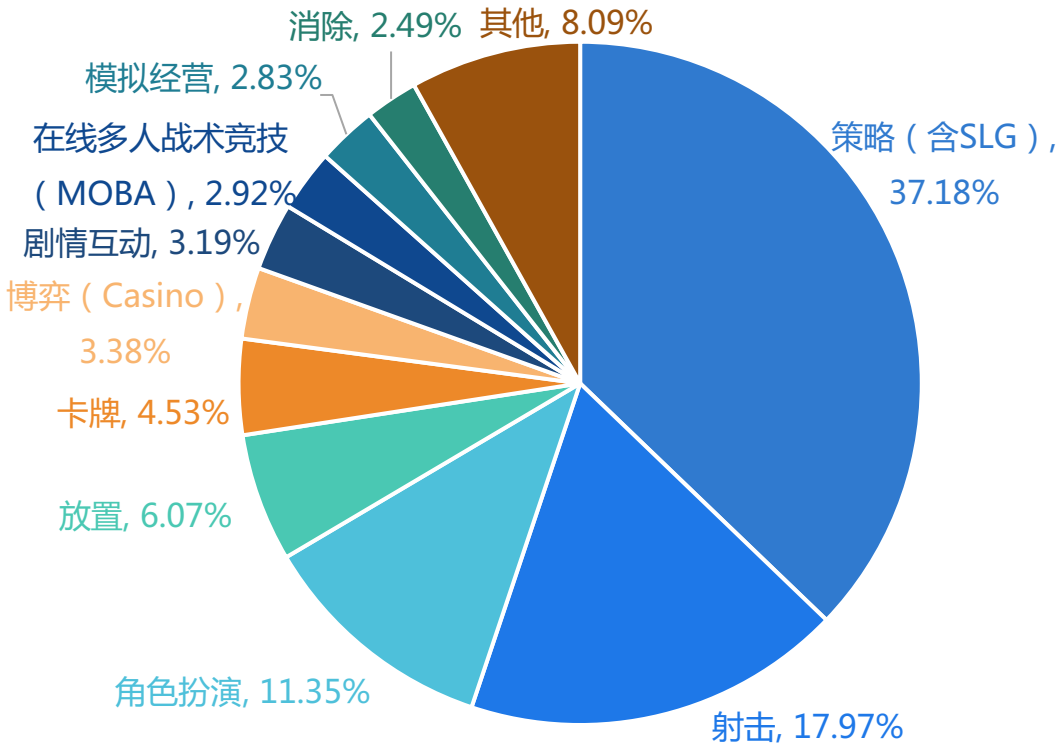
美国+日韩地区收入占比60.27%

策略+射击+RPG合计占比达66.05%

重点国家收入占比



收入TOP100类型占比



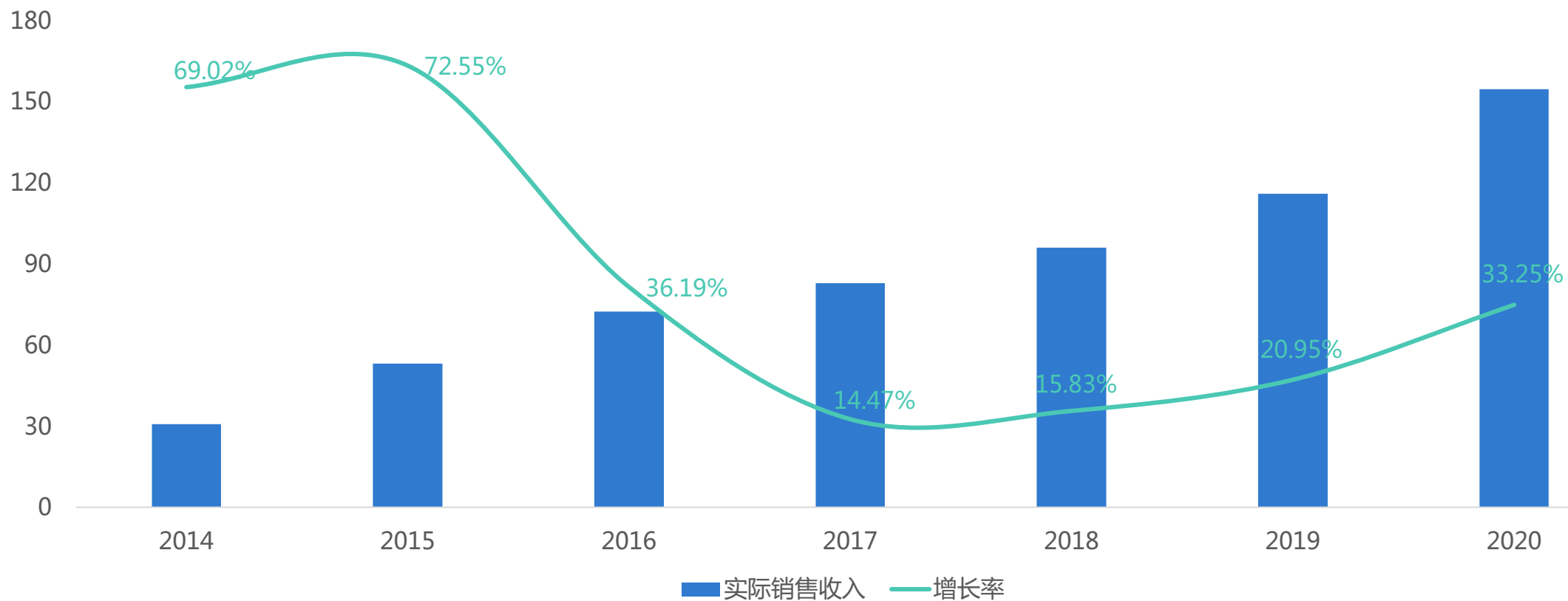
Source：中国游戏产业研究院，2020年中国游戏产业报告

市场分析——中国自研手游出海概况

2020年中国自研手游出海营收 达154.50亿美元，同比增长33.25%

出海销售收入情况

单位：亿美元



/02

全球买量市场分析

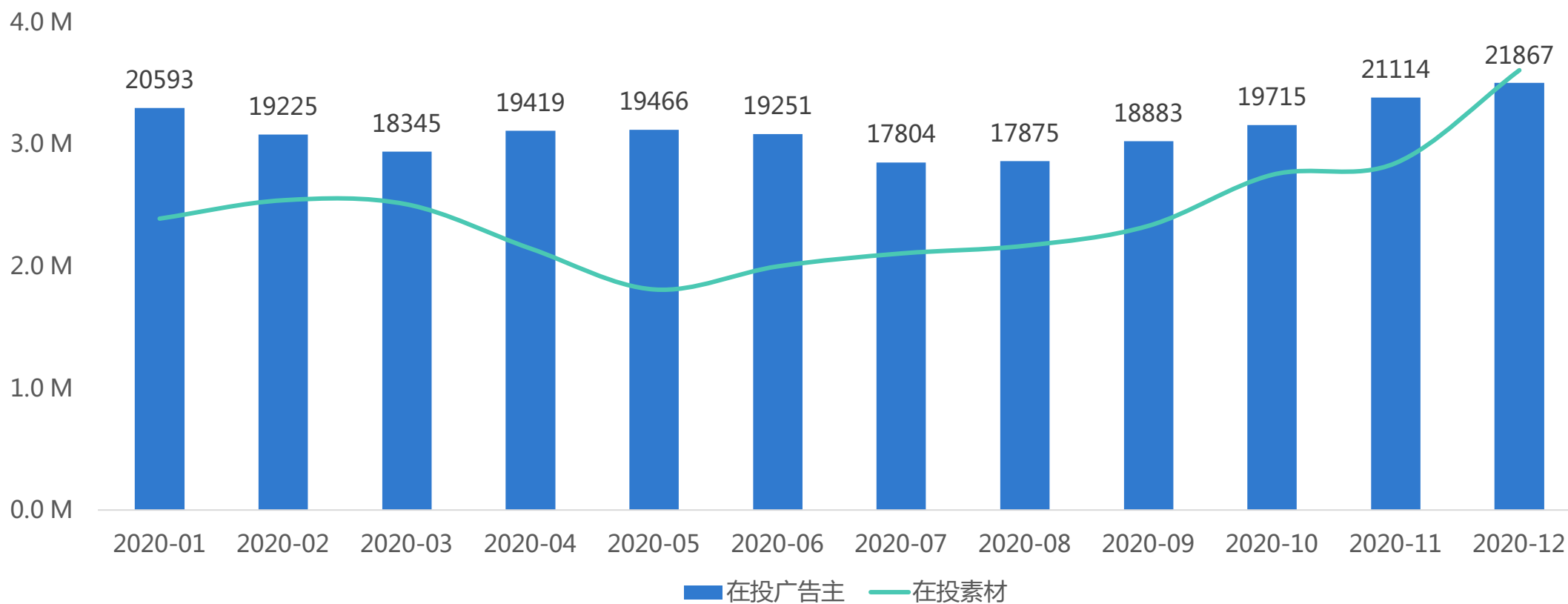
20年累计超6万名广告主参与买量竞争



2020年全球手游买量概况

月均在投广告主保持在19000名以上，2020年下半年全球买量市场持续增长

2020年移动游戏各月投放情况

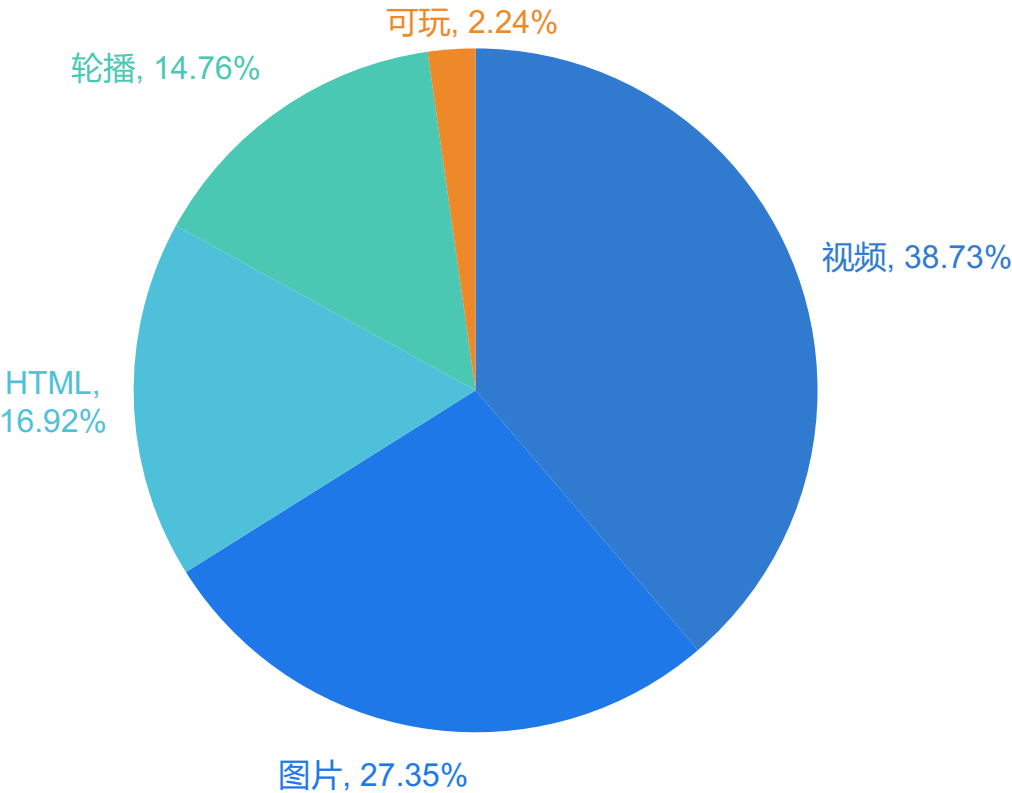


2020年手游投放素材类型情况

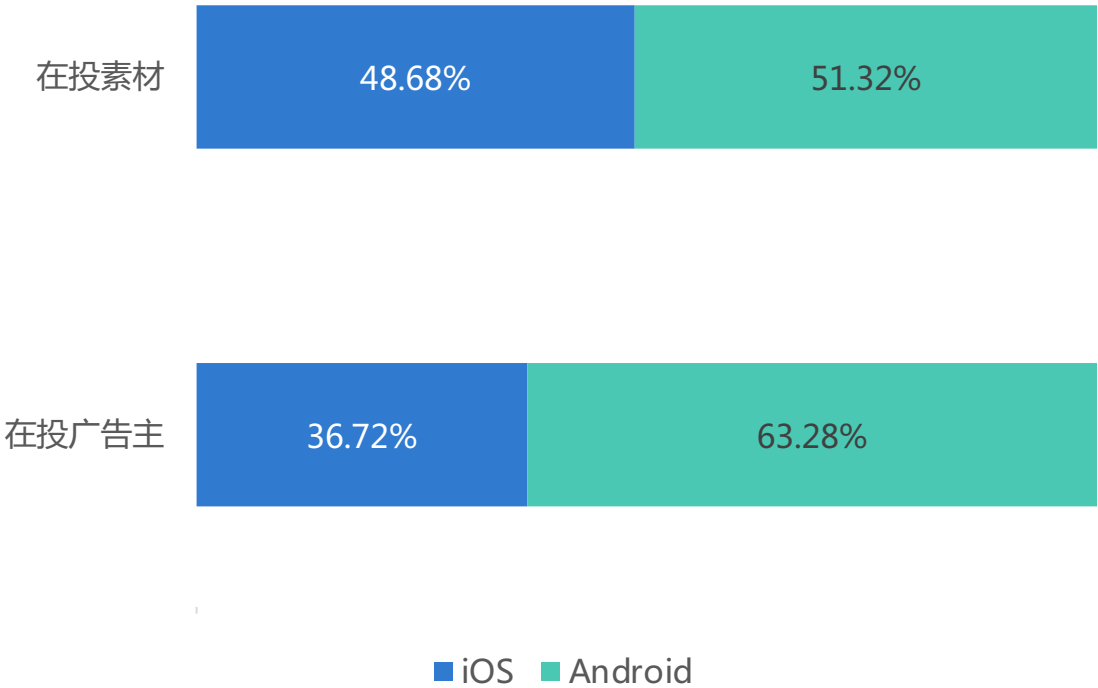
视频素材为主要投放类型，占比38.73%

iOS广告主少于Android，但投放力度更大

各类型素材占比



各系统投放情况

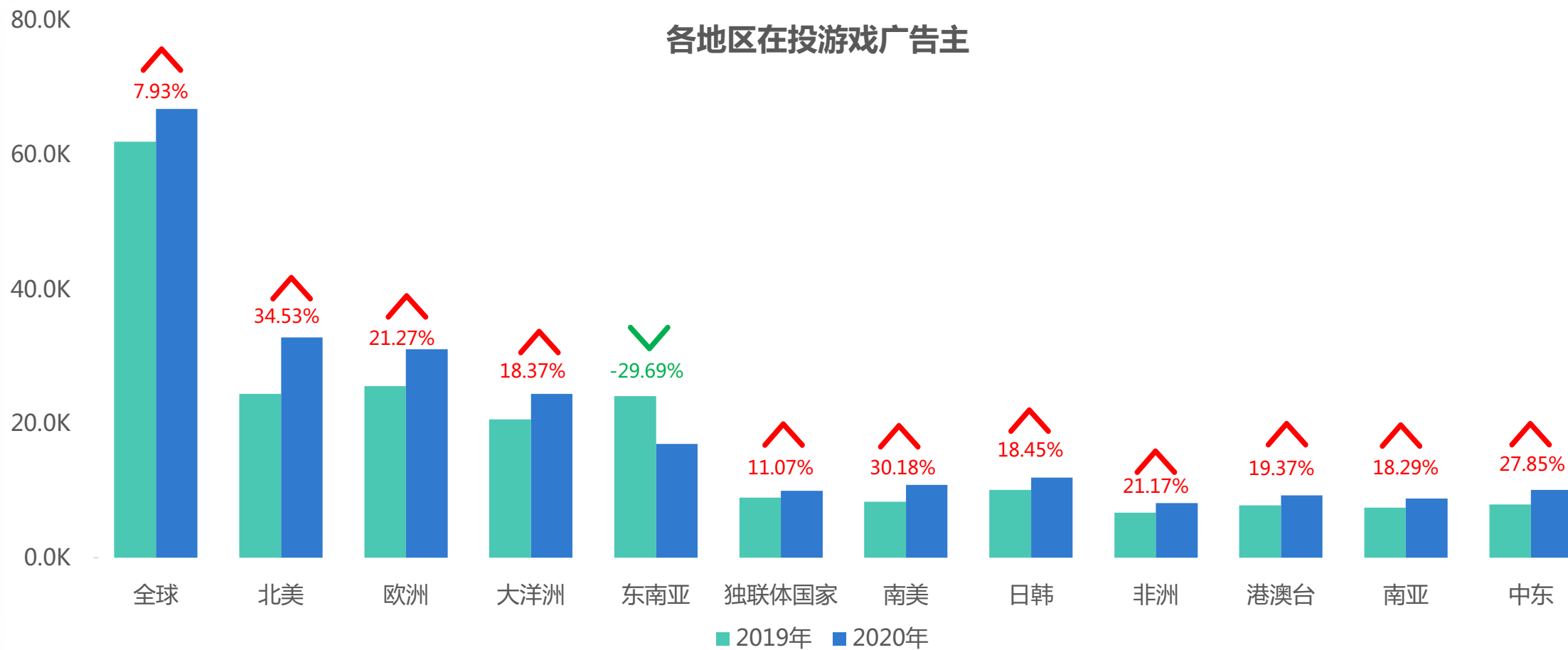


热门出海地区特点



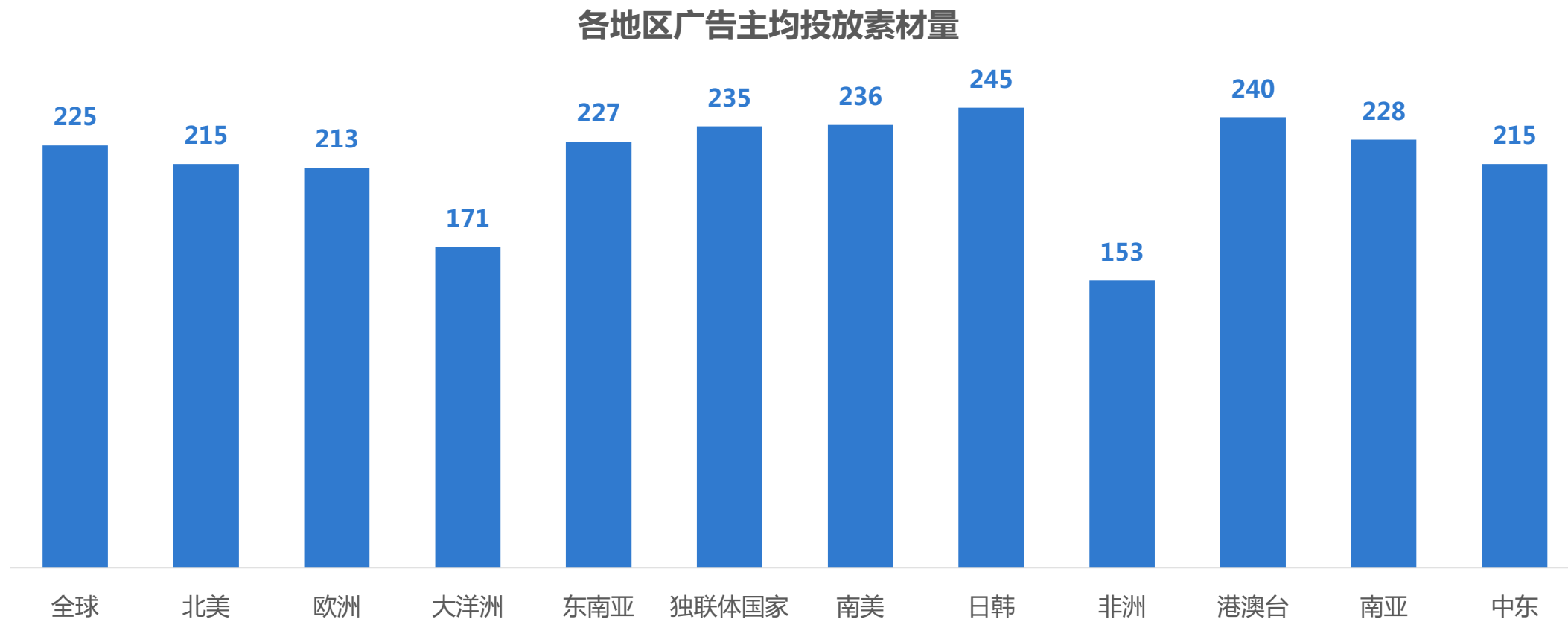
2020年各地区广告主数量观察

2020年全球累计在投广告主超66000名，其中北美地区在投广告主最多



2020年各地区买量力度概览

全球广告主均投放225条素材，其中日韩地区均素材量最高为245条



2020年渠道买量概况

全球广告主在Facebook系 和Google 系等热门渠道的素材投放总量上看，美国、英国、加拿大3个国家的素材投放量在全球排在前三。



FB News Feed

1. 美国 10.16%
2. 英国 8.01%
3. 加拿大 7.65%



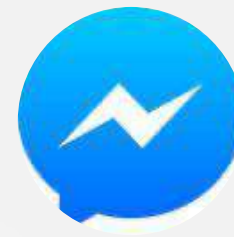
Audience Network

1. 美国 11.41%
2. 英国 7.72%
3. 加拿大 7.52%



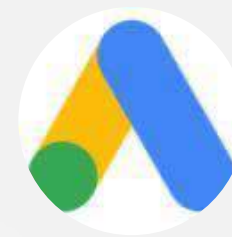
Instagram

1. 美国 10.80%
2. 英国 7.78%
3. 加拿大 7.42%



Messenger

1. 美国 11.15%
2. 英国 7.79%
3. 加拿大 7.63%



Google Ads

1. 美国 13.89%
2. 加拿大 13.79%
3. 英国 13.75%

2020年全球买量COST概况

美国、澳大利亚和韩国是2020年全球CPM最高的3个国家

#	国家/地区	CPM (\$)	CPC(\$)	CTR (%)
1	美国	21.32	1.9	1.12
2	澳大利亚	19.12	1.83	1.04
3	韩国	16.42	2.23	0.74
4	日本	14.54	2.19	0.66
5	加拿大	13.63	1.42	0.96
6	中国香港	11.87	1.45	0.82
7	德国	11.68	1.15	1.02
8	英国	11.24	1.2	0.93
9	新加坡	10.52	1.27	0.83
10	中国台湾	10.33	1.4	0.74

/03

热门出海地区分析

港澳台、日韩、美国



港澳台地区

大陆厂商出海前哨站

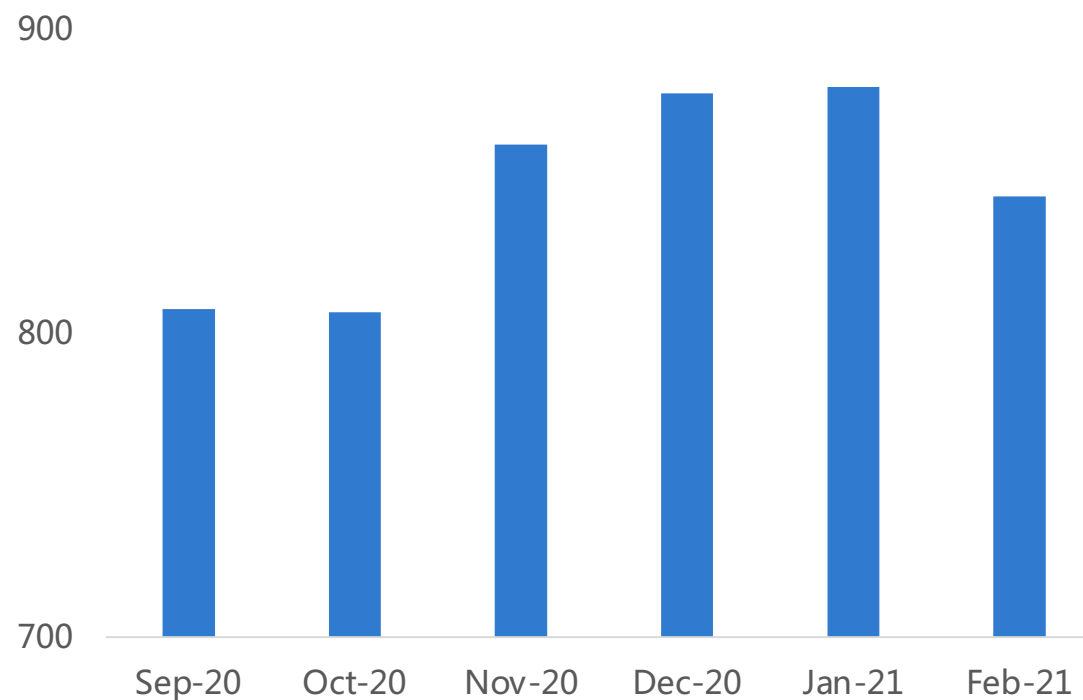
RPG游戏是出海厂商在该地区最常选择类型
总体RPG广告主占比第二，月均广告主近850名

2020年RPG广告主占比



■ RPG广告主 ■ 其他游戏

RPG广告主数量



港澳台地区——热门素材

繁体字幕+“港台腔”口播素材本地化关键

总体来说港澳台地区同大陆地区相差不大，大陆地区常用素材套路都可以直接照搬到该地区，广告主更多应该了解国际渠道（Facebook、Admob等）的投放和优化策略。

本地化上最重要的为素材的繁体字幕和“港台腔”口播，尤其是对于台湾地区。



展现估算

551K+



投放天数

64



热度

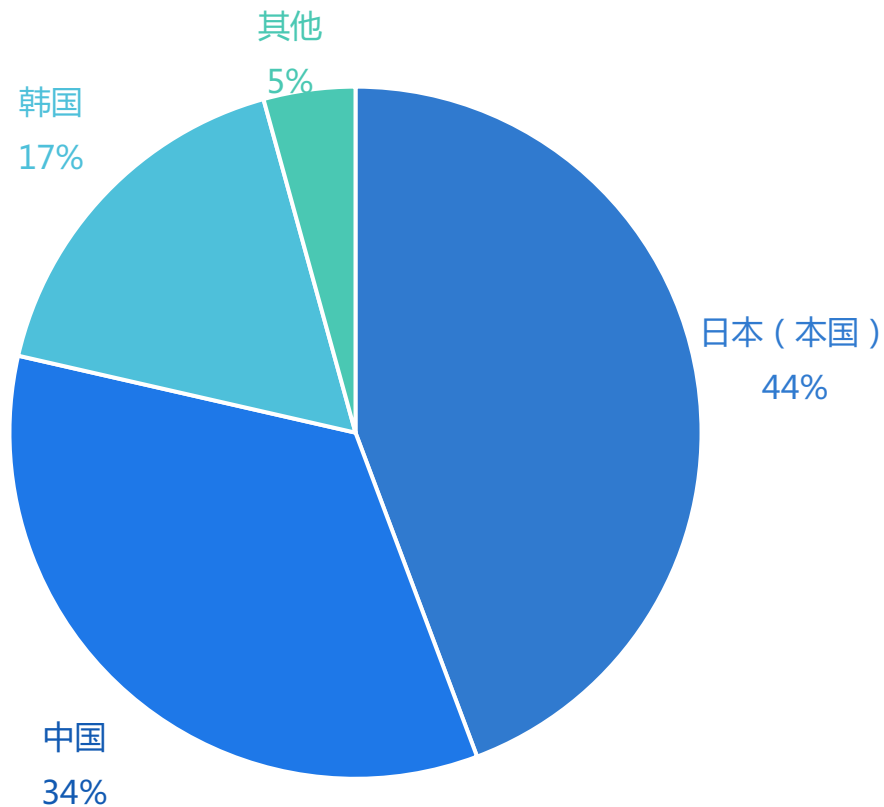
254



云上城之歌

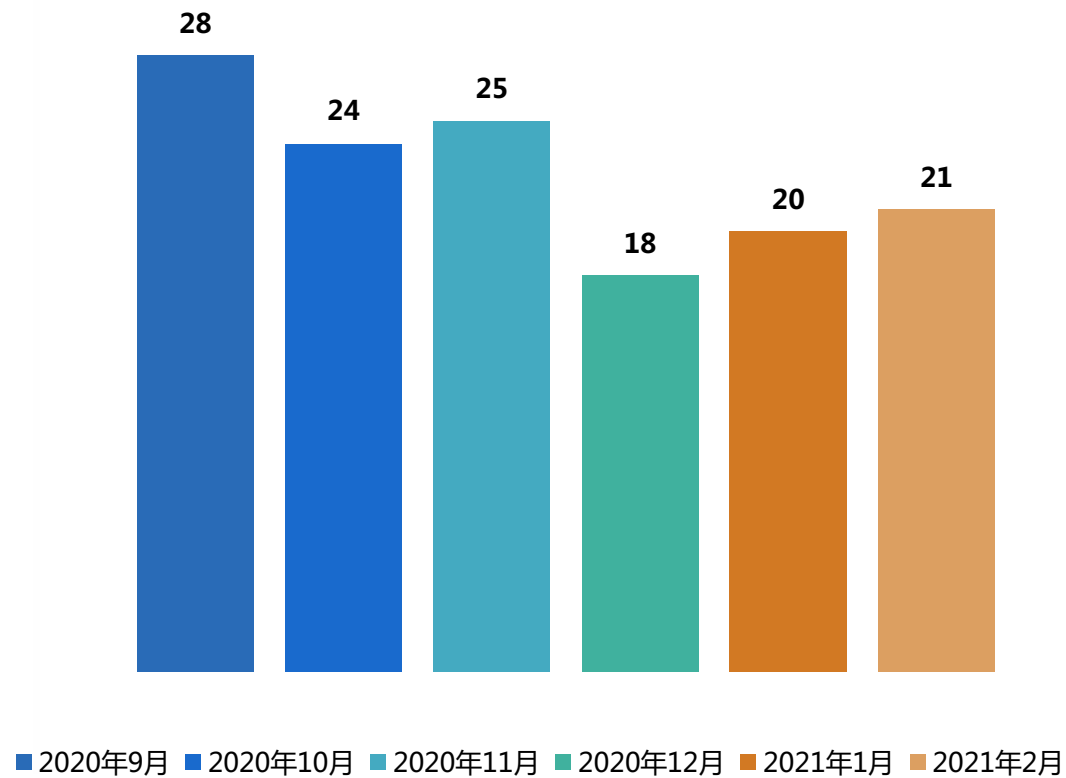
中国厂商快速抢占日本二次元手游高地

日本2020年上半年新发布游戏厂商国别占比



RPG游戏在韩国买量市场占据重要地位，中国厂商长期上榜

韩国TOP50买量榜RPG广告主数量



日本——热门素材

日本真人素材自带“无厘头”标签

无厘头的表现形式让整体素材演出张力更强，这种表现形式最初出现在日本漫画当中，为了在有限的画报上尽可能表现张力而使用的夸张手法。



展现估算

392K



投放天数

72

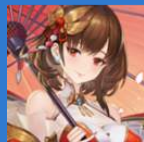


热度

389



点击播放



三国志名将伝

韩国——热门素材

发达的影视行业反哺韩国真人素材

韩国文化输出除了K-POP外就是他们的影视剧和综艺节目，优质的影视制作基础又让韩国本土的真人类素材完成质量较高：

- 1.精美的服化道和场景布置；
- 2.紧凑并且有节奏感的剪辑；
- 3.综艺感极强的表现形式。

等多种要素都让用户观感极佳，从而收获不错的良性互动数据。



展现估算

7M



投放天数

792

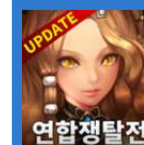


热度

999



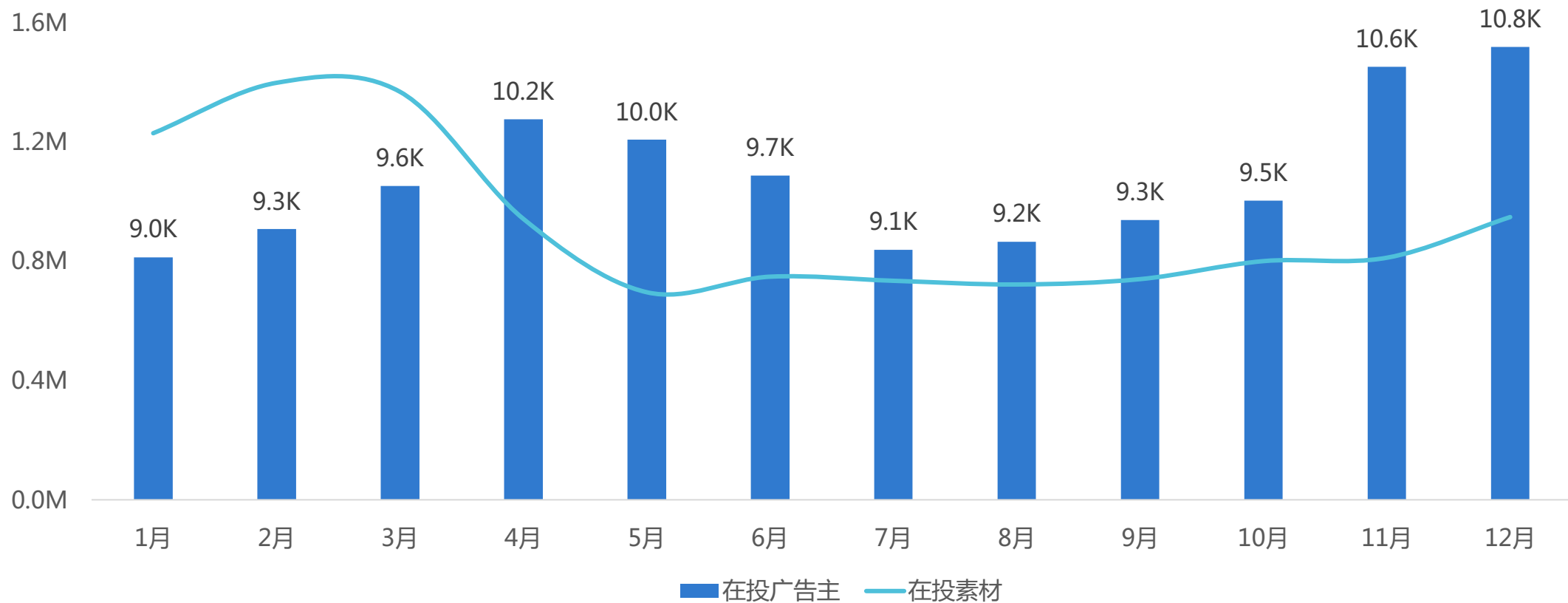
点击播放



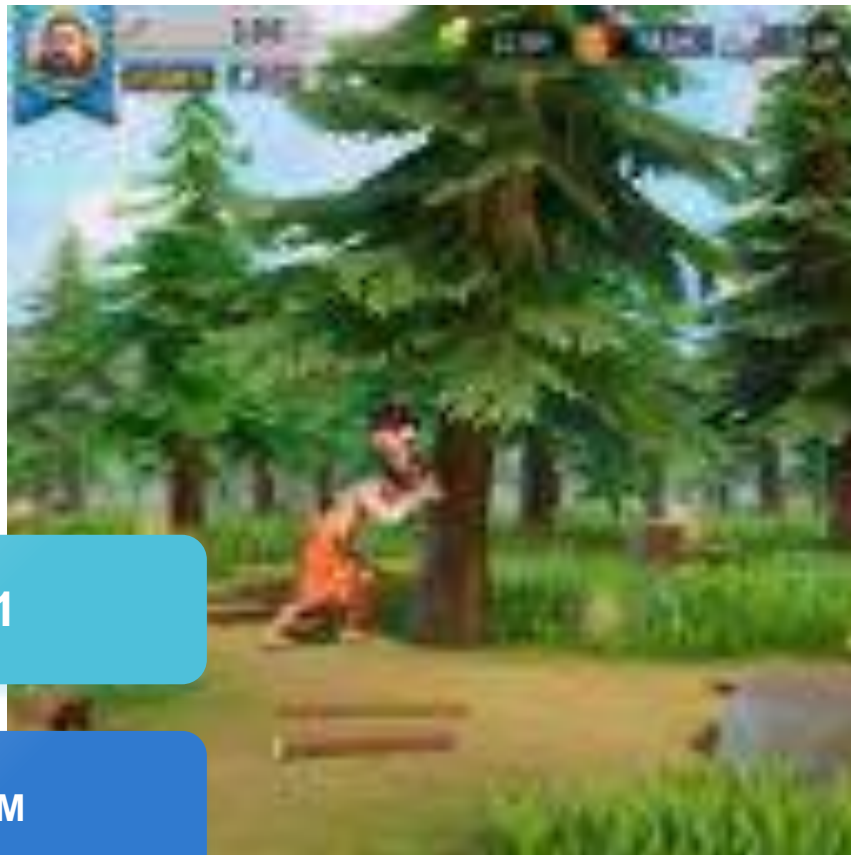
천군 :
대한민국쟁탈전

海外最大移动游戏市场

2020年美国手游买量概况



美国——热门素材



热度：211

展现估算：1M

[点击播放](#)

投放天数：60

渠道：Messenger

视频尺寸：426*426

展现极佳 在投素材

由于SLG游戏相对长的运营时间，短短十几秒的素材很难展现游戏精髓，因此UE4素材极大创造空间给了广告主一个不错的解决方案。

/04

热门出海广告主

SLG、RPG、休闲游戏如何攻坚海外



热门出海广告主分析

越来越多中国厂商走向国门，并且在海外取得了十分优异的成绩



《Genshin Impact》（原神）是由上海米哈游制作发行的一款开放世界ARPG游戏

Genshin Impact



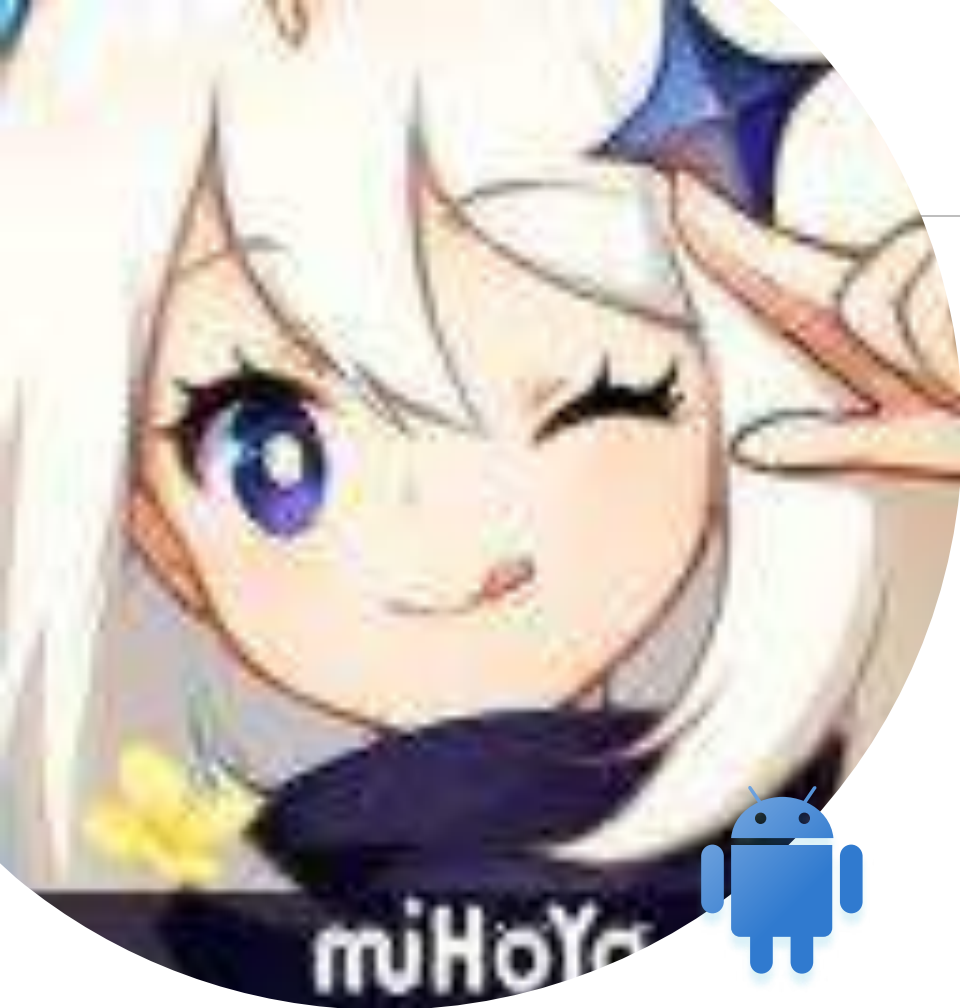
《Project Makeover》是时空幻境推出的一款传统三消结合换装、家居升级等时尚元素的消除建造休闲游戏。

Project Makeover



《Mafia City》（黑道风云）是YottaGames推出的一款以黑手党为背景的SLG手游

Mafia City



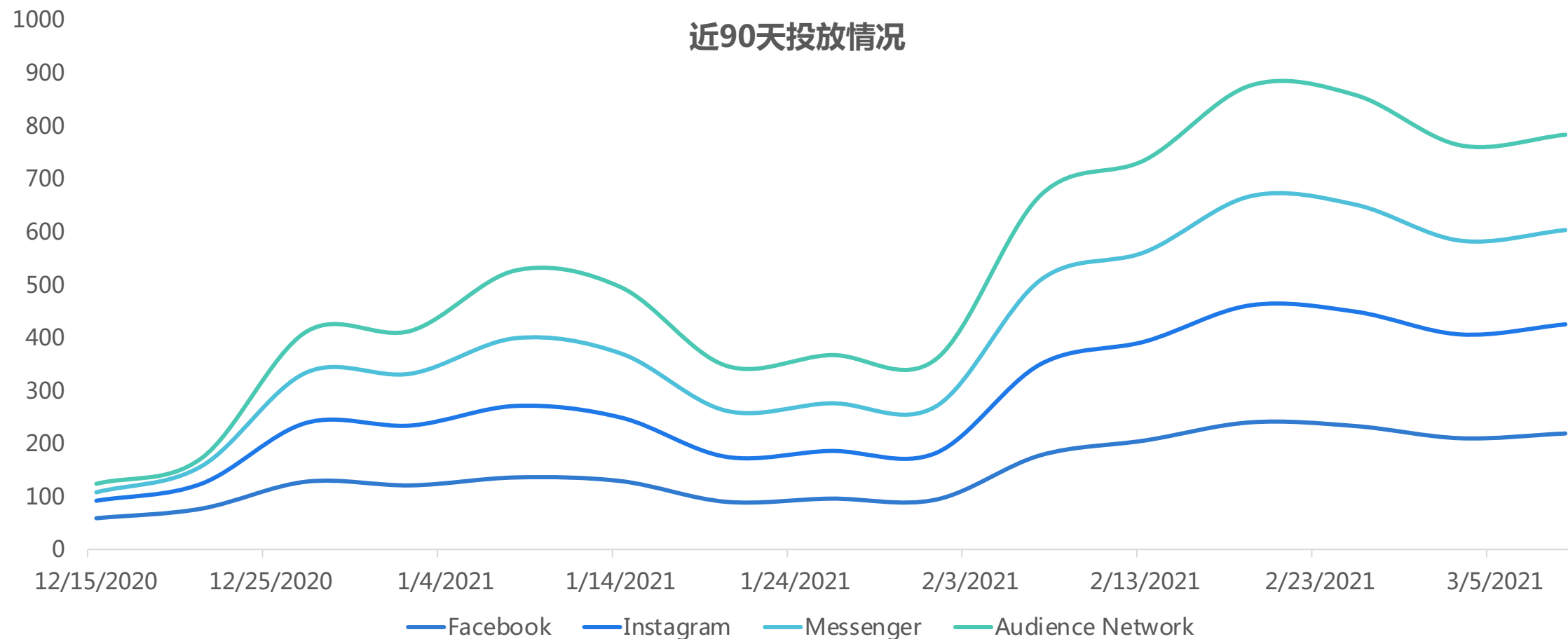
Genshin Impact

miHoYo Limited

移动端累积营收近10亿美元，现象级产品
累计投放200+天，广告总数8600+，素材覆盖全球10+渠道
霸榜国内出海手游营收TOP1数月
凭借《原神》和旗下多款产品，米哈游跃居全球发行商收入榜第二

热门广告主分析——Genshin Impact

1月上旬和2月下旬素材数量显著提升，日均素材保持在500左右



广告主热门素材——Genshin Impact

高品质游戏质量，让玩法展现类素材都能收获极高热度



热门角色介绍

岩神“钟离”，史诗加强

展现估算：219K 投放天数：44 热度：220

投放渠道：YouTube

素材尺寸：854*480

[点击播放](#)



“原神”走

用最简单方式展现游戏自由度

展现估算：229K 投放天数：39 热度：195

投放渠道：Google Ads

素材尺寸：1280*720

[点击播放](#)



弓箭类战斗

同类战斗方式吸引玩家

展现估算：1M 投放天数：49 热度：166

投放渠道：Instagram

素材尺寸：426*240

[点击播放](#)



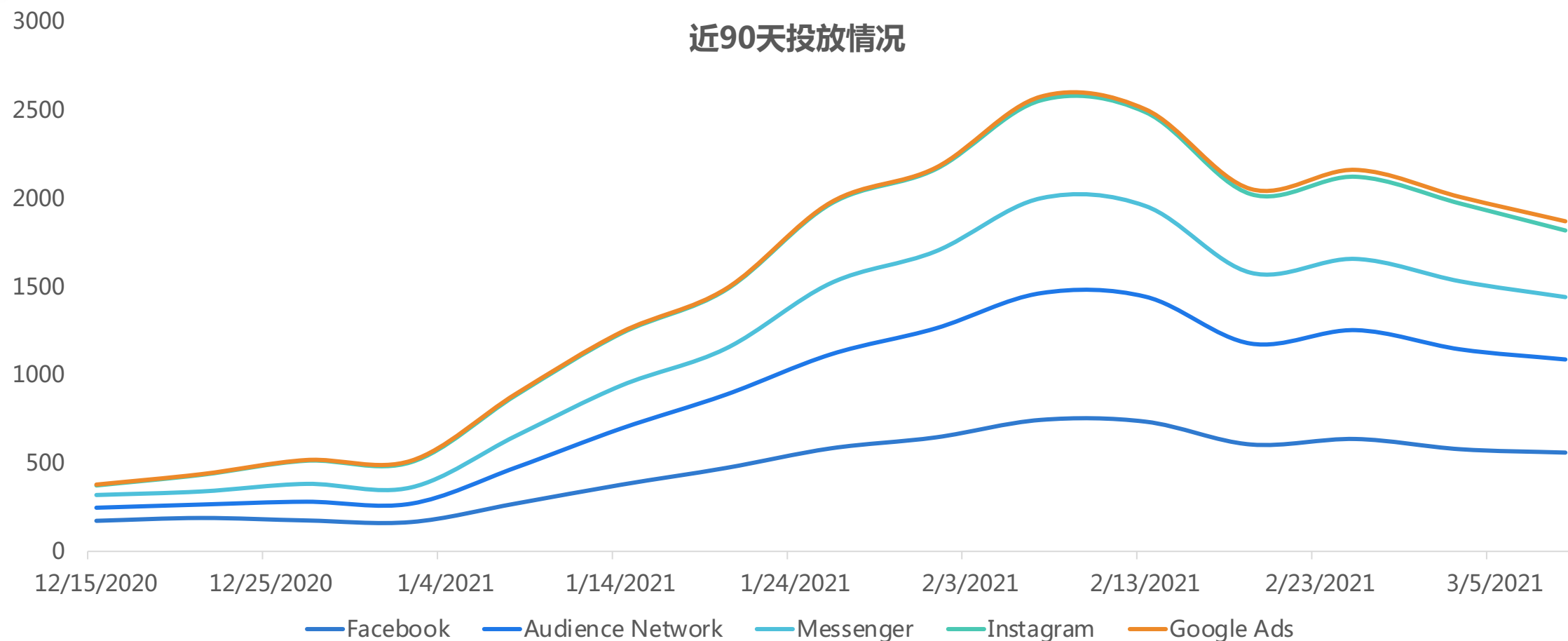
Project Makeover

Bubblegum Games LLC

21年国内出海三消营收No.1，打破国内休闲游戏出海短板
累计投放400+天，广告总数近11000+，素材覆盖全球10大热门渠道
游戏2020年11月（除中国地区）推向全球，
发布首周即获得App Store和Google Play全球一百多个国家首页推荐

热门广告主分析——Project Makeover

1月至2月素材量增长明显，峰值投放持续现在2月7日附近



广告主热门素材——Project Makeover

“失败的变美过程”成为广告主热度最高的素材类型



海边约会

展现估算：408K 投放天数：67 热度：430

投放渠道：FB News Feed

素材尺寸：426*426

[点击播放](#)



城市约会

展现估算：420K 投放天数：60 热度：374

投放渠道：FB News Feed

素材尺寸：426*426

[点击播放](#)



返校季装扮

展现估算：363K 投放天数：54 热度：314

投放渠道：FB News Feed

素材尺寸：426*426

[点击播放](#)



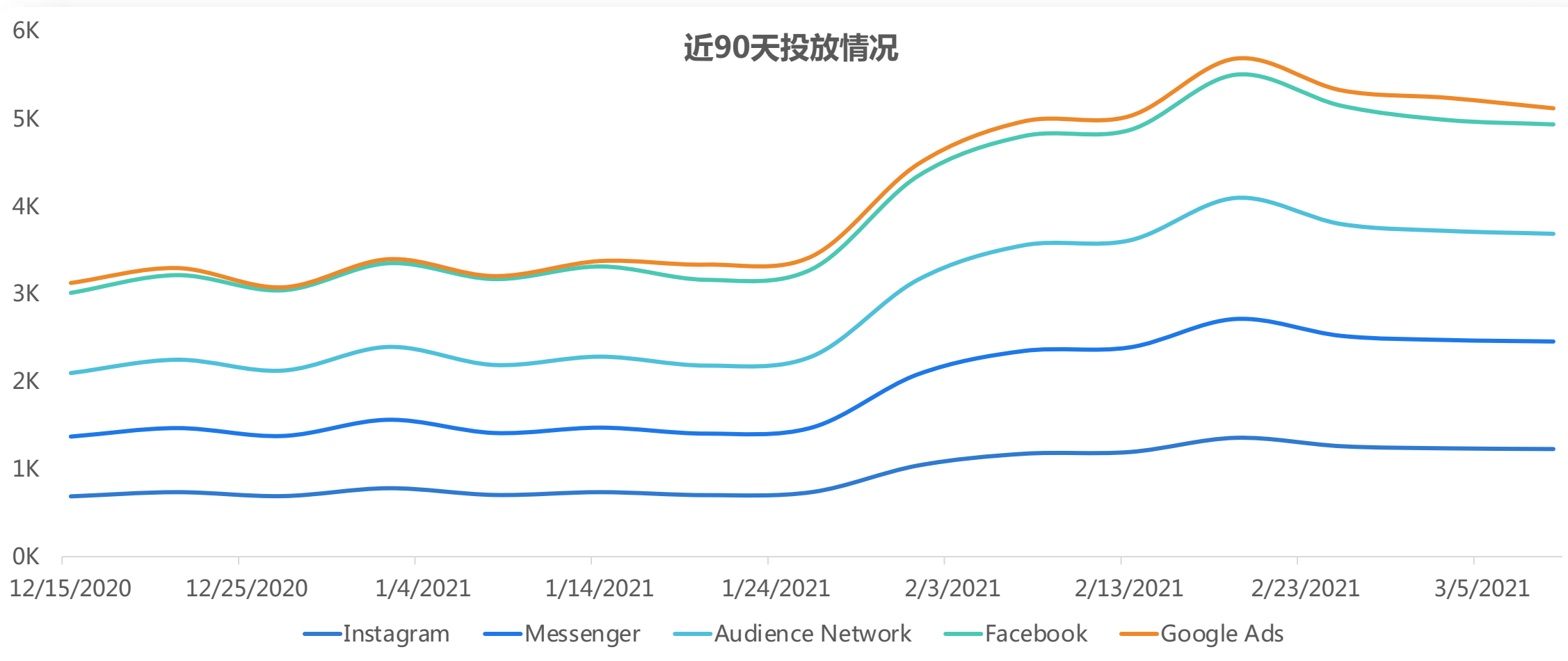
Mafia City

YottaGame

一款优秀的黑帮背景SLG出海游戏，持续运营多年
累计投放超1400天，广告总数超60000,素材覆盖全球15+渠道
研发商友塔网络多次入榜中国出海发行TOP10

热门广告主分析——Mafia City

20年12月和21年1月整体投放相对稳定，进入2月后买量力度加大，日均素材超5000条



广告主热门素材——Mafia City

充满反转的黑道生活剧情一直都是广告主拿手吸量套路



黑道的遗产

展现估算：2M 投放天数：43 热度：334

投放渠道：FB News Feed

素材尺寸：400*400

[点击播放](#)



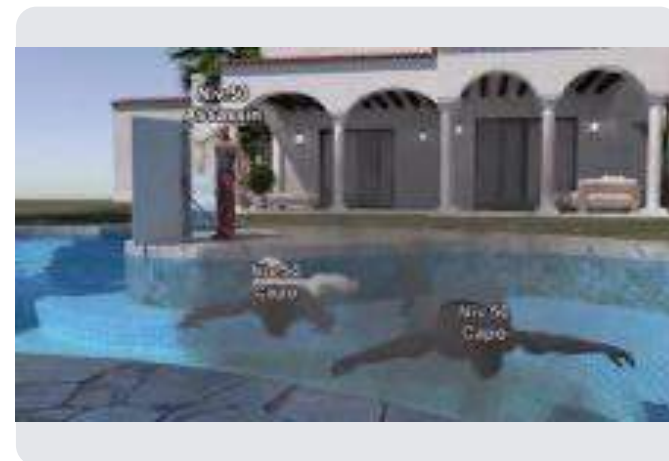
逃出生天

展现估算：275K 投放天数：53 热度：289

投放渠道：FB News Feed

素材尺寸：426*426

[点击播放](#)



刺客信条

展现估算：262K 投放天数：40 热度：206

投放渠道：Google Ads

素材尺寸：1280 * 720

[点击播放](#)

更多海外热门素材欢迎访问
GuangDaDa.net

广大大全球战略合作伙伴



1. 数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球博弈类游戏市场移动广告数据透视。我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经覆盖全球70多个渠道，62个国家地区，积累超10亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据多达百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2. 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2020.1-2021.2

具体数据指标请参考各页标注

3. 版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4. 免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



使用**中国大**洞察竞争对手的广告数据，可通过全球渠道、媒体、广告主的不同维度广告数据获取信息和灵感。

从10亿广告创意中获得灵感启发

我们覆盖62个国家和地区，70多个全球广告渠道。比如Unity, Twitter, YouTube, Facebook, Tik Tok等知名广告渠道，全部广告创意已经达到10亿级别，每天更新百万以上。它将有力地帮助您解决广告创意灵感缺乏的问题。

全球领先的 广告营销平台

报告制作：广大大 高级运营经理 李磊

Vincent.lee@ZingFront.com



扫码关注

获得更多行业报告

